

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAVING BLOCK PADA PT. MULTI
GUNA PRECAST MANDIRI DI RIMBO PANJANG**

SKRIPSI

OLEH :



INTAN AISYAH MARLIN
(11671202074)



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

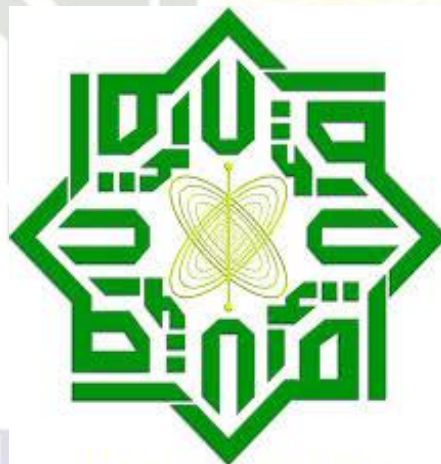
**PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PAVING BLOCK PADA PT. MULTI
GUNA PRECAST MANDIRI DI RIMBO PANJANG**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
pada Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau

OLEH :

INTAN AISYAH MARLIN
(11671202074)



UIN SUSKA RIAU

RIAU

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2020**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : INTAN AISYAH MARLIN
NIM : 11671202074
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
SEMESTER : VIII (DELAPAN)
JUDUL : PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAVING BLOCK
 PADA PT. MULTI GUNA PRECAST MANDIRI DI RIMBO PANJANG

DISETUJUI OLEH:
 PEMBIMBING

Diperiksa oleh : 25/6-2020
 Riki Hanri Malau, SE.MM

RIKI HANRI MALAU, SE, MM
NIP. 19710124 200701 1 020

MENGETAHUI:

DEKAN

KETUA PRODI
S1 MANAJEMEN

Disetujui tgl. 25/06/2020

Dr. Drs. H. MUH.SAID HM, M.Ag, MM
NIP. 19620512 198903 1 003

FAKHRURROZI, SE, MM
NIP. 19670725 200003 1 002


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

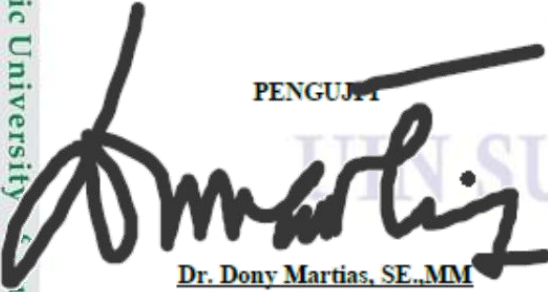
NAMA : INTAN AISYAH MARLIN
NIM : 11671202074
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
PROGRAM STUDI : SI MANAJEMEN
KOSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL : PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAVING
BLOCK PADA PT.MULTI GUNA PRECAST MANDIRI
DI RIMBO PANJANG
TANGGAL UJIAN : SELASA, 14 JULI 2020

DISETUJUI OLEH
KETUA PENGUJI

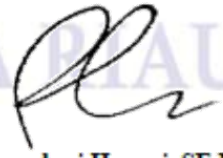

Hj. Dr. Julina, SE, M.Si
NIP. 19730722 199903 2 001

MENGETAHUI

PENGUJI I


Dr. Dony Martias, SE, MM
NIP. 19760306 200710 1 004

PENGUJI II


Nurrahmi Hayani, SE, MBA
NIP. 19830324 201503 2 00



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH VARIASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAVING BLOCK PADA PT. MULTI GUNA PRECAST MANDIRI DI RIMBO PANJANG

INTAN AISYAH MARLIN
11671202074

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang baik secara parsial maupun simultan. Adapun sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang sedang membeli dan pernah membeli paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang. Metode penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan adalah data primer. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang dengan t hitung 6,913. Dan secara parsial promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang dengan t hitung 3,679. Secara simultan variasi produk dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang dengan F hitung 41,843. Besar pengaruh variasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0,463. Hal ini menunjukkan bahwa 46,3% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variasi produk dan promosi, dan sisanya sebesar 0,537 atau 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Variasi Produk, Promosi, dan Keputusan pembelian

UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Wr. Wb

Segala puji bagi Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, karena berkat rahmat dan hidayah-Nyalah saya dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beriring salam tidak lupa kita hadiahkan kepada baginda Rasullulah SAW yang telah membawa kita dari alam gelap gulita yang penuh kebodohan kepada alam yang terang menerang yang penuh ilmu pengetahuan. Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang”**, ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada kesempatan ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, atas rahmat dan ridhonya saya dapat selesai mengerjakan tugas akhir ini dengan baik.
2. Kepada kedua orang tua saya, ayahanda Martias, SE, MM dan Ibunda Linda Herlinda yang selalu memberikan dukungan moral dan spiritual kepada saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Bapak Prof. Dr. KH Ahmad Mujahidin, M.Ag selaku rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Drs.H. Muh Said HM, M.Ag, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Pekanbaru.
5. Ibu Dr. Hj. Leny Novianti, MS, SE, M. Si, Ak, CA selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Hj. Julina, SE,M.Si selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. Amrul Muzan, SHI, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.
6. Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. Para Staff TU yang telah membantu dan memberi kemudahan selama masa perkuliahan.
7. Ibu Ainun Mardhiah, SE, MM selaku Pembimbing Akademik (PA).
8. Bapak Riki Hanri Malau, SE, MM selaku pembimbing yang telah meluangkan waktunya dalam membimbing dengan penuh kesabaran dan pengarahan kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada saya.
10. Sahabat sekaligus *support system* saya Salma Oktaviani, Okta dan Indah Kurnia Edika Putri yang telah membantu dan memotivasi setiap pergerakan awal kuliah, hingga penyelesaian skripsi ini.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

11. Teman saya Nurul Handayani dan Nova Vazira terima kasih sudah memberikan arahan dan semangat yang sangat luar biasa.
12. Kawan seperbimbingan Siti Salma dan Nofra Dilla terima kasih atas usahanya bersama, serta selalu memberikan motivasi dan semangat.
13. Akhirnya hanya kepada Allah SWT saya berserah diri, dan semoga apa yang tertulis dalam skripsi ini bisa bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya, Aamiin Yaa Rabbal Aalamin.

Pekanbaru, 25 Juni 2020

Penulis,

INTAN AISYAH MARLIN
NIM. 11671202074

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Rencana Sistematika Penulisan	6
 BAB II TELAAH PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen	8
2.2 Pemasaran.....	9
2.3 Manajemen Pemasaran	10
2.4 Keputusan Pembelian	11
2.4.1 Defenisi Keputusan Pembelian.....	11
2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian	12
2.5 Produk.....	13
2.5.1 Pengertian Produk	13
2.5.2 Variasi Produk	16
2.5.3 Dimensi Variasi Produk	16
2.5.4 Indikator Variasi Produk	18
2.6 Promosi.....	18
2.6.1 Tujuan Promosi	19
2.6.2 Indikator Promosi	19
2.7 Pandangan Islam tentang Keputusan Pembelian	21
2.8 Penelitian Terdahulu.....	22
2.9 Variabel Penelitian	23
2.10 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian	24
2.11 Kerangka pemikiran	25
2.12 Hipotesis	26

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian.....	28
3.2 Jenis Dan Sumber Data	28
3.2.1 Data Primer	28
3.2.2 Data Sekunder	29
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Populasi dan Sampel.....	30
3.5 Skala Pengumpulan Data.....	32
3.6 Uji Kualitas Data	32
3.6.1 Uji Validitas.....	32
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	33
3.7 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1 Uji Normalitas	33
3.7.2 Uji Multikolinearitas	34
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	34
3.7.4 Uji Autokorelasi	35
3.8 Regresi Linear Berganda	36
3.9 Uji Hipotesis.....	37
3.9.1 Uji Secara Parsial (Uji T)	37
3.9.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	38
3.9.3 Uji Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi(R^2).	38

BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Gambar Umum PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang	40
4.1.1 Sejarah Singkat PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.....	40
4.1.2 Visi dan Misi	40
4.1.3 Uraian Tugas Bagian/Unit Kerja.....	40
4.1.4 Struktur Organisasi	41

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	52
5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	53
5.2 Analisis Deskriptif Variabel	53
5.2.1 Variasi Produk	53
5.2.2 Promosi.....	56
5.2.3 Keputusan pembelian	58



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5.3 Teknik Analisis Data	60
5.3.1 Uji Validitas	60
5.3.2 Uji Reliabilitas	62
5.4 Uji Asumsi Klasik	63
5.4.1 Uji Normalitas	63
5.4.2 Uji Multikolinieritas	64
5.4.3 Uji Heterokedastisitas.....	65
5.4.4 Uji Autokorelasi	66
5.5 Analisis Data Penelitian	68
5.5.1 Uji Regresi Linear Berganda	68
5.6 Uji Hipotesis.....	70
5.6.1 Uji Parsial (Uji T)	70
5.6.2 Uji Simultan (Uji F)	72
5.6.3 Uji Uji Korelasi (R) dan Uji Koefisien Determinasi(R^2)...	73
5.7 Pembahasan	75
5.7.1 Pengaruh Variasi Produk terhadap Volume Pejualan	75
5.7.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan pembelian.....	76
5.7.3 Pengaruh Variasi Produk dan Promosi Secara Simultan terhadap Keputusan pembelian	77

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	79
6.2 Saran.....	80

DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Variasi Produk Paving Block.....	2
Tabel 1.2 Data Pengiriman Paving Block	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2.2 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian.	24
Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian...	53
Tabel 5.4 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Variasi Produk	54
Tabel 5.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Promosi.	56
Tabel 5.6 Rekapitulasi Jawaban Responden Variabel Keputusan pembelian.	58
Tabel 5.7 Rekapitulasi Uji Validitas	61
Tabel 5.8 Rekapitulasi Uji Reliabilitas.....	62
Tabel 5.9 Uji Normalitas	64
Tabel 5.10 Uji Multikolinieritas	65
Tabel 5.11 Uji Heteroskedastisitas	66
Tabel 5.12 Uji Autokorelasi	68
Tabel 5.13 Uji Regresi Linier Berganda	69
Tabel 5.14 Uji Parsial (Uji T).....	71
Tabel 5.15 Uji Simultan (Uji F)	73
Tabel 5.16 Uji Uji Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)....	74

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang	51



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Peneliitian.....	83
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	88
Lampiran 3 Karakteristik Responden	91
Lampiran 4 Distribusi Jawaban Responden.....	92
Lampiran 5 Uji Validitas.....	95
Lampiran 6 Uji Reliabilitas.....	97
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik.	98
Lampiran 8 Analisis Regresi Linier Berganda.....	99
Lampiran 9 Hipotesis Secara Parsial (Uji T).	99
Lampiran 10 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	99
Lampiran 11 Koefisien Korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R ²).	99
Lampiran 12 Tabel T Statistik.	100
Lampiran 13 Tabel F Statistik.....	101

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini semakin pesat sejalan mengikuti perkembangan zaman yang semakin maju. Hal ini menunjukkan pada sektor swasta yang bergerak dalam bidang usaha produksi maupun jasa. Maka peran manajemen pemasaran semakin penting dalam menunjang kemajuan usaha.

Sekarang ini, bidang usaha produksi yaitu produksi Paving Block sangat banyak dijumpai, hal ini disebabkan karena meningkatnya minat konsumen terhadap penggunaan Paving Block. Paving Block sering dijumpai sebagai perkerasan jalan, pelataran parkir atau pelataran halaman untuk rumah pribadi maupun gedung pemerintahan. Paving Block ini berkomposisi sebagai bahan bangunan yang dibuat dari campuran semen portland atau bahan perekat hidrolis sejenisnya, air dan agregat dengan atau tanpa bahan tambahan lainnya yang tidak mengurangi kualitas bata beton itu. Manfaat dari Paving Block ini sendiri yaitu pemasangan dan pemeliharaan Paving Block ini tidak sulit, Paving Block dapat dipasang kembali setelah dibongkar apabila terjadi kerusakan pada bagian Paving Block yang rusak tersebut. Lalu manfaat lainnya yaitu Paving Block mempunyai pori-pori yang dapat meminimalisasi aliran permukaan tanah dan memperbanyak infiltrasi dalam tanah. Dan untuk semakin menambah minat konsumen terhadap Paving Block, perusahaan biasanya membuat daya tarik lebih agar produk Paving

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Block yang diproduksi oleh perusahaan itu sendiri dapat terjual seperti yang diharapkan.

PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang produksi Paving Block. Pada PT. Multi Guna Precast Mandiri ini terdapat menyediakan beberapa jenis variasi Paving Block yang berguna untuk pertimbangan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Jenis-jenisnya yaitu Paving Block jenis Straight, Paving Block jenis Unipave, Paving Block jenis Hexagon, dan Paving Block jenis Grass Block. Paving block ini sendiri memiliki ukuran yang bervariasi dan memiliki mutu yang bervariasi juga yaitu dengan mutu K 225, K 250 dan K 300, hal tersebut disesuaikan dengan permintaan konsumen dan untuk apa nantinya Paving Block tersebut digunakan. Lalu untuk menambah daya tarik konsumen terhadap Paving Block, PT. Multi Guna Precast Mandiri ini sendiri membuat variasi warna yang berbeda-beda sesuai permintaan konsumen, salah satu variasi warnanya yaitu seperti : Warna merah, hitam, hijau dan sebagainya.

Adapun data Variasi Produk pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1
Data Variasi Produk Paving Block

No	Jenis/Tipe Produk	Harga
1	Straight	1.700
2	Unipave	2.000
3	Hexagon	2.200
4	Grass Block	13.500

Sumber : Data Variasi Produk, PT. Multi Guna Precast Mandiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dilihat dari tabel 1.1 terdapat empat jenis/tipe paving block dengan harga yang berbeda-beda yang ditawarkan oleh PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.

Dari berbagai variasi paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri, konsumen dapat memesan sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen dan perusahaan juga menyesuaikan dengan ketersediaan dan kemampuan yang ada guna memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal inilah yang harus diperhatikan perusahaan untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Selanjutnya, adapun data pengiriman Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang pada tahun 2015 s/d 2019 adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Data Pengiriman Paving Block 2015 s/d 2019

Tahun	Total Pengantaran/Truk	Daerah Pendistribusian
2015	252	Pekanbaru, Rohul, Dumai, Kampar
2016	271	Pekanbaru, Kampar, Dumai, Siak
2017	378	Pekanbaru, Kampar, Rohul, Siak, Duri
2018	314	Pekanbaru, Kampar, Duri
2019	376	Pekanbaru, Dumai, Kampar, Duri, Siak, Rohul, Pelalawan

Sumber : Data Pengiriman, PT. Multi Guna Precast Mandiri

Dilihat dari tabel 1.2, selain variasi dari paving block yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen untuk membeli suatu produk, promosi pun juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian agar calon pembeli dan pembeli mengetahui terhadap produk apa saja yang ditawarkan. Sejauh ini,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PT. Multi Guna Precast Mandiri melakukan promosi guna untuk menarik konsumen dengan cara mempromosikan produknya melalui penjualan langsung oleh *Marketing* perusahaan dengan menawarkan produknya secara langsung dan memberikan informasi melalui media cetak seperti brosur untuk mempromosikan produknya. Namun hal tersebut dilihat dari daftar pengantaran produknya belum mencakupi seluruh pengiriman pada daerah di Riau.

Maka berdasarkan latar belakang, penelitian ini berusaha meneliti pengaruh Keputusan pembelian Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang yang meliputi: Variasi Produk dan Promosi. Sehingga penulis bermaksud melakukan penelitian dengan judul **“Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apakah Variasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang?
2. Apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang?

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Apakah Variasi Produk dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah Variasi Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.
2. Untuk mengetahui apakah Promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.
3. Untuk mengetahui apakah Variasi Produk dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis.
 Penelitian ini berguna sebagai salah satu syarat program S1 dan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, serta dapat menerapkan teori-teori dan konsep yang berkaitan dengan strategi pemasaran yang diperoleh dari perkuliahan, khususnya mengenai Variasi Produk, Promosi dan Keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bagi Perusahaan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan menjadi pertimbangan bagi pihak manajemen mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi Keputusan pembelian perusahaan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya.

Hasil dari penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat bagi pihak lain yang ingin melakukan penelitian.

1.5 Rencana Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisan ini disusun berdasarkan bab demi bab yang akan diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta rencana sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini berisitentang teori-teori, pandangan islam, penelitian terdahulu, variabel penelitian, konsep operasional variabel penelitian, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian tentang Promosi penelitian, jenis dan sumber data, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV : GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang sejarah singkat tempat penelitian, visi misi dan karakteristik tempat penelitian, serta struktur-struktur tempat penelitian.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan uraian tentang pembahasan terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan.

BAB VI: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dan pembahasan tentang permasalahan yang diteliti, serta mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan pedoman dalam menanggulangi permasalahan yang dihadapi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Manajemen

Manajemen adalah sebuah proses perencanaan, pengorganisasian, pengkoordinasian dan pengontrolan sumber daya untuk mencapai sasaran secara efektif dan efisien. Secara etimologis, pengertian manajemen merupakan seni untuk melaksanakan dan mengatur. Manajemen ini juga dilihat sebagai ilmu yang mengajarkan proses mendapatkan tujuan dalam organisasi, sebagai usaha bersama dengan beberapa orang dalam organisasi tersebut. **Sukarna (2011:3)** Manajemen adalah pencapaian tujuan-tujuan yang ditetapkan melalui atau bersama-sama usaha orang lain.

Sebagaimana diterangkan **Sukarna (2011:10)** terdapat empat fungsi manajemen, yaitu :

1. Perencanaan (Planning), yaitu proses yang menyangkut upaya yang dilakukan untuk mengantisipasi kecenderungan dimasa yang akan datang dan penentuan strategi dan taktik yang tepat ntuk mewujudkan target dan tujuan organisasi.
2. Pengorganisasian (Organizing), yaitu proses yang menyangkut bagaimana strategi dan taktik yang telah dirumuskan dalam perencanaan didesain dalam sebuah struktur organisasi yang tepat dan tangguh, sistem dan lingkungan organisasi yang konduktif, dan bisa memastikan bahwa semua pihak dalam organisasi bisa bekerja secara efektif dan efisien guna pencapaian tujuan organisasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. Pengarahan (Directing), yaitu proses pengarahan agar bisa dijalankan oleh seluruh pihak dalam organisasi serta proses memotivasi agar semua pihak tersebut dapat menjalankan tanggung jawabnya dengan penuh kesadaran dan produktivitas yang tinggi.
4. Pengendalian dan pengawasan (Controlling), yaitu proses yang dilakukan untuk memastikan seluruh rangkaian kegiatan yang telah direncanakan, diorganisasikan, dan diarahkan bisa sejalan sesuai dengan target yang diharapkan sekalipun berbagai perubahan terjadi dalam lingkungan dunia bisnis yang dihadapi.

2.2 Pemasaran

Pemasaran berasal dari kata pasar, yang dapat diartikan sebagai tempat dimana pembeli (konsumen) dan penjual dapat bertemu untuk tukar-menukar barang. Dengan demikian pengertian pemasaran banyak ragam dari pendapat para ahli, menurut **Basu Swastha (2017:8)** Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi. Sedangkan menurut **Nurmansyah SR (2018:6)** Pemasaran adalah kegiatan yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen melalui proses pertukaran. Titik tolak pemasaran adalah kebutuhan dan keinginan konsumen.

Berdasarkan paparan diatas bahwa konsep pemasaran berpijak pada kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan permintaan (*demands*) manusia. Kebutuhan manusia (*human needs*) adalah ketidakberadaan beberapa kepuasan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dasar. Manusia membutuhkan makanan, pakaian, perlindungan, hak milik harga diri. Kebutuhan ini diciptakan oleh masyarakat atau pemasar. Keinginan (*wants*) adalah suatu hasrat akan pemuas kebutuhan yang spesifik. Meskipun kebutuhan merupakan salah satu dari aspek psikologis manusia sedikit atau terbatas, tetapi keinginan manusia itu sangat banyak atau tidak terbatas. Adapun permintaan (*demands*) adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemauan dan kesediaan untuk membelinya.

Pemasaran merupakan faktor penting dalam siklus yang berhubungan dengan pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam perusahaan, pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan pokok yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, berkembang dan mendapatkan laba. Kegiatan pemasaran perusahaan juga harus dapat memberikan kepuasan pada konsumen jika menginginkan usahanya tetap berjalan. Dapat diketahui bahwa kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dengan orang lain sebagai suatu sistem. Kegiatan pemasaran tersebut beroperasi dalam suatu lingkungan yang terus-menerus berkembang sebagai konsekuensi hubungan antar perusahaan yang sama atau antar perusahaan yang berbeda, yang dapat menimbulkan persaingan tetapi juga dibatasi oleh sumber daya dari perusahaan itu sendiri dan peraturan yang ada.

2.3 Manajemen Pemasaran

Kegiatan Manajemen berdasarkan fungsinya yang pada intinya berusaha untuk mengidentifikasi apa sesungguhnya yang dibutuhkan oleh konsumen, dan bagaimana cara pemenuhannya dapat diwujudkan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Nurmansyah SR (2018:20)** Manajemen Pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang bertujuan untuk menimbulkan proses pertukaran dengan pasar yang dijadikan sasaran, dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

2.4 Keputusan Pembelian

2.4.1 Defenisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidaknya terhadap suatu produk atau jasa, oleh karena itu keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa timbul karena adanya dorongan emosional dari dalam diri maupun pengaruh orang lain.

Menurut **Sangadji dan Sopiah (2013)** keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah proses pembelian dimana konsumen menentukan pilihannya dan terjadi suatu transaksi. Menurut **Alfred (2013)**, keputusan pembelian adalah cara konsumen untuk memutuskan apa yang harus dibeli sesuai dengan nilai kebutuhannya. Menurut **Philip Kotler dan Keller (2012)**, proses keputusan pembelian terdiri dari lima, yaitu:

1. Pengenalan masalah, adalah proses pembelian menyadari sesuatu masalah atau kebutuhan yang dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pencarian informasi, pada tahap ini pembeli mempelajari merek dan fitur dari produk yang akan mereka beli, lalu membandingkan dengan produk pesaing lainnya.
3. Evaluasi Alternatif, tahap ini merupakan rangkuman dari pengenalan masalah dan pencarian informasi, pembeli akan memberikan perhatian terbesar pada produk yang menghantarkan manfaat yang memenuhi kebutuhan.
4. Keputusan pembelian, pembelian telah memiliki keputusan membeli tetapi keputusan tersebut akan dipengaruhi oleh sikap orang lain dan factor situasional yang tidak diantisipasi.
5. Perilaku pasca pembelian, tahap ini akan menentukan apakah pembeli mendapatkan kepuasan atas produk yang telah dibeli. Hal ini akan mempengaruhi keputusan pembeli untuk melakukan pembelian ulang atau tidak akan mempromosikan produk kepada orang lain atau tidak.

2.4.2 Indikator Keputusan Pembelian

Menurut **Sangadji dan Sopiah (2013)** menjelaskan keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah proses pembelian dimana konsumen menentukan pilihannya dan terjadi suatu transaksi.

1. Pengenalan masalah :
 - a. Dipengaruhi atas Kebutuhan.
 - b. Dipengaruhi dari diri sendiri.
 - c. Dipengaruhi dari orang lain

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pencarian informasi :
 - a. Melihat kualitas untuk dibandingkan.
 - b. Perbandingan harga.
3. Evaluasi Alternatif :
 - a. Mencari informasi sebelum membeli.
 - b. Mengenali masalah sebelum membeli.
4. Keputusan pembelian : Seseorang atau orang lain yang dapat merubah penilaian pada produk.
5. Pasca pembelian : Apakah kualitas produk memberikan kepuasan yang baik kepada konsumen.

2.5 Produk

2.5.1 Pengertian Produk

Menurut **Thamrin Abdullah dan Francis Tantri (2018:153)** Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Jika didefinisikan secara luas, produk meliputi objek secara fisik, pelayanan, tempat, organisasi, gagasan, atau bauran dari semua wujud diatas. Menurut **Philip Kotler & Gary Armstrong (2012:223)** produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Menurut **Nurmansyah SR (2018:155)** berdasarkan kriteria, produk dapat dibedakan menjadi Produk Konsumen dan Produk Industri, yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Produk Konsumen

Produk Konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk shopping, produk khusus, dan produk yang tidak dicari. Umumnya barang konsumen dapat diklasifikasikan menjadi empat jenis yaitu :

a. Barang konvenien (Convenience goods)

Convenience goods merupakan produk yang tersedia diberbagai toko dan dapat diperoleh dengan mudah dengan harga terjangkau, seperti rokok, pasta gigi, bahan makanan/minuman dan sebagainya dengan berbagai merek merupakan barang yang mudah ditemukan.

b. Barang shopping (Shopping Goods)

Merupakan produk yang pembeliannya memerlukan berbagai pertimbangan. Untuk pembelian kategori ini, perilaku pembelian konsumen mempengaruhi distribusi dan strategi promosi, baik yang dilakukan oleh perusahaan maupun distributor.

c. Barang Spesial atau Barang Mewah (Specialty Goods)

Barang kebutuhan sehari-hari yang harganya mahal dan kebutuhannya tidak banyak jumlahnya serta frekuensi pembeliannya sangat kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Produk Industri

Produk Industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli. Sebagai contoh, jika seseorang konsumen membeli paving block untuk dipergunakan disekitar rumahnya, maka paving block itu adalah produk konsumen. Jika konsumen yang sama membeli paving block yang sama untuk dipergunakan dalam bisnis, maka paving block tadi termasuk produk industri. Produk industri diklasifikasikan dalam lima kategori, yaitu :

- a. Bahan mentah
- b. Bahan manufaktur dan bagiannya.
- c. Alat instalasi
- d. Perlengkapan operasi

Berdasarkan levelnya, menurut **Kotler dan Keller (2012:326)** produk dapat dibagi menjadi lima tingkatan, yaitu :

1. Produk inti, yang menawarkan manfaat dan kegunaan utama yang dibutuhkan pelanggan.
2. Produk dasar, mencerminkan fungsi dasar dari suatu produk.
3. Produk yang diharapkan, merupakan sekumpulan atribut dan kondisi yang diharapkan pada saat pelanggan membeli.
4. Produk yang di tingkatkan, memberikan jasa dan manfaat tambahan sehingga membedakan penawaran perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Produk potensial, yaitu segala tambahan dan transformasi pada produk yang mungkin akan dilakukan di masa yang akan datang.

2.5.2 Variasi Produk

Variasi produk atau keanekaragaman produk bukan hal yang baru dalam dunia pemasaran, dimana strategi ini banyak digunakan oleh praktisi-praktisi pemasaran di dalam aktivitas peluncuran produknya. Variasi produk memiliki pengertian yang luas tidak hanya menyangkut jenis produk dan lini produk tetapi juga menyangkut kualitas, desain, bentuk, merek, kemasan, ukuran, pelayanan, jaminan dan pengembalian yang harus diperhatikan oleh perusahaan secara seksama terhadap keanekaragaman (variasi) produk yang dihasilkan secara keseluruhan. Artinya dengan semakin bervariasinya produk yang dihasilkan, maka perusahaan juga semakin banyak melayani berbagai macam kebutuhan konsumen yang dituju.

Menurut **Philip Kotler (2012:72)** Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau suatu ciri lain.

Berdasarkan pengertian diatas dapat diartikan bahwa variasi produk adalah strategi perusahaan dengan menganekaragamkan produknya dengan tujuan agar konsumen mendapatkan produk yang diinginkan dan dibutuhkannya.

2.5.3 Dimensi Variasi Produk

Adapun dimensi variasi produk terdiri dari ukuran, harga, tampilan, dan bahan-bahan :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Ukuran

Ukuran didefinisikan sebagai ukuran, model atau struktur fisik dari suatu produk yang dapat dilihat dengan nyata dapat diukur. Perusahaan harus memperhatikan ukuran dari sebuah kemasan karena memiliki dampak terhadap pemakaian konsumen. Hal ini disebabkan oleh persepsi konsumen yang menganggap size yang lebih besar mempunyai biaya per unit lebih rendah dibandingkan kemasan yang lebih kecil.

2. Harga

Perusahaan dapat menciptakan variasi produk dengan cara menjual produknya dengan harga tinggi atau sebaliknya. Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat memiliki atau menggunakan produk yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

3. Tampilan

Variasi dalam tampilan produk sangat penting karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Penampilan dalam sebuah produk merupakan sesuatu yang terlihat dengan mata dan bersifat menarik sehingga konsumen memiliki keinginan untuk membeli produk tersebut.

4. Bahan-bahan

Perusahaan dapat menciptakan variasi produk dengan cara menjual produknya menggunakan bahan-bahan yang berbeda.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5.4 Indikator Variasi Produk

Menurut **Muharam Irwan (2014:30)** indikator variasi produk adalah sebagai berikut:

1. Corak
2. Kualitas
3. Desain

2.6 Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel didalam bauran pemasaran (marketing mix) yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasanya. Kadang-kadang istilah promosi ini digunakan secara sinonim dengan istilah penjualan meskipun yang dimaksud adalah promosi.

Pengertian promosi menurut **Philip Kotler dan Armstrong (2012:76)** adalah promosi merupakan kegiatan yang mengomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Sedangkan menurut **Rusmini (2013)** promosi merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan atau berkomunikasi dengan calon pelanggan. Salah satu yang menunjang keberhasilan penjualan adalah promosi, promosi digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas agar kesadaran terhadap suatu produk perusahaan lebih meningkat. Promosi juga digunakan perusahaan untuk menginformasikan manfaat dari suatu produk.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.6.1 Tujuan Promosi

Promosi di rancang semenarik mungkin untuk menjangkau masyarakat luas melalui bermacam-macam media, hal ini bertujuan agar perusahaan dapat berkomunikasi dengan konsumen. Tujuan promosi secara sederhana menurut **Kuncoro (2010:134)** terbagi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Memberikan informasi pelanggan tentang produk atau fitur baru.
2. Mengingatkan pelanggan tentang merek perusahaan.
3. Mempengaruhi pelanggan untuk membeli.

2.6.2 Indikator Promosi

Philip Kotler dan Keller (2012:78) indikator promosi yaitu:

1. Advertising (periklanan), yaitu bentuk presentasi dan promosi non personal yang memerlukan biaya tentang gagasan, barang atau jasa oleh sponsor yang jelas
2. Sales Promotion (promosi penjualan), yaitu insentif-insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan suatu produk atau jasa.
3. Event and experiences, yaitu aktivitas yang disponsori perusahaan dan program yang dirancang untuk menciptakan merek khusus atau sehari-hari.
4. Public relations, yaitu membangun hubungan baik dengan berbagai publik perusahaan dengan sejumlah cara, supaya diperoleh publisitas yang menguntungkan, membangun citra perusahaan yang bagus, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menangani atau meluruskan rumor, cerita, serta event yang tidak menguntungkan.

5. Direct marketing (pemasaran langsung), yaitu hubungan-hubungan langsung dengan masing-masing pelanggan yang dibidik secara seksama dengan tujuan baik untuk memperoleh tanggapan segera maupun untuk membina hubungan dengan pelanggan yang langgeng (penggunaan telepon, faximile, e-mail, internet, dan perangkat-perangkat lain untuk berkomunikasi secara langsung dengan konsumen tertentu).
6. Interactive marketing, yaitu kegiatan dan program langsung yang dirancang untuk menarik perhatian konsumen yang bertujuan meningkatkan kesadaran, perbaikan citra, dan meningkatkan penjualan produk maupun jasa baik secara langsung maupun tidak langsung.
7. Word of mouth, yaitu kegiatan pemasaran melalui perantara orang ke orang, tulisan ataupun alat komunikasi elektronik yang berhubungan dengan pengalaman pembelian jasa atau pengalaman menggunakan produk dan jasa.
8. Personal selling (penjualan perorangan), yaitu presentasi personal oleh tenaga penjualan sebuah perusahaan dengan tujuan menghasilkan transaksi penjualan dan membangun hubungan dengan pelanggan.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7 Pandangan Islam tentang Keputusan Pembelian

Dalam proses jual beli harus berdasarkan konsep islami. Karena Islam tidak hanya mengajarkan masalah ibadah ritual saja, akan tetapi islam juga mengajarkan bagaimana bermuamalah yang benar. Didalam alquran Allah swt menerangkan halalnya jual beli dan haramnya hibah. Strategi berdagang yang digunakan nabi Muhammad berdasarkan suka sama suka. Sebagaimana tertuang dalam surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً
عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

Dari ayat diatas diketahui bahwa dalam islam sudah diatur mengenai jual beli. Jual beli yang benar yaitu suatu perjanjian tukar menukar benda atau barang yang mempunyai nilai secara suka sama suka antara kedua belah pihak dengan menerimanya sesuai dengan perjanjian atau ketentuan yang dibenarkan oleh syariat islam. Ayat ini juga dapat disandarkan dengan sikap hati-hati umat islam dalam membuat keputusan untuk mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk. Seperti yang dijelaskan sebelumnya bahwa terdapat tahapan-tahapan yang dilalui seseorang dalam pengambilan keputusan konsumen. Dimulai dari pengenalan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebutuhan, pencarian informasi, pemilihan alternative, pengambilan keputusan dan perilaku pasca pembelian.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL PENELITIAN
1	Indra Nurrahman (2016) Journal of Business Management and Entrepreneurship Education Universitas Pendidikan Indonesia. Vol. 1, No. 1	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli <i>smartphone</i> Nokia series X di BEC Bandung)	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan pembelian	Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
2	Wahyu Nurul Faroh (2019) Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 2, No. 3	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bangunan di Portal Network Six Store Cabang Depok	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan pembelian	Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
3	Nur Farida (2017) Gema Ekonomi Jurnal Fakultas Ekonomi Vol. 6, No. 2	Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Sambal Indofood di Supermarket Sarikat Jaya Gresik	X1 : Variasi Produk Y : Keputusan pembelian	Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
4	Dony Indra Permana	Pengaruh Promosi	X1 : Promosi Y : Keputusan	Variabel Promosi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	(2017) Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis Vol. 2, No. 1	terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur	pembelian	berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
5	Intan Lina Katrin (2016) Gastronomy Tourism Journal Vol. 3, No. 1	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung	X1 : Promosi Y : Keputusan pembelian	Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian
6	Dea Putri Njoto (2018) Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis Vol. 3, No. 5	Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok	X1 : Promosi Y : Keputusan pembelian	Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian

Sumber : Penelitian Terdahulu

Adapun perbedaan penelitian penulis sekarang dengan penelitian terdahulu adalah dilihat dari variabelnya, dimana ada beberapa variabel yang tidak ada pada penelitian terdahulu, sehingga penulis menambahkan variabel lainnya. Lalu promosi dan objek penelitian tidak sama dengan penulis.

2.9 Variabel Penelitian

Menurut **Sugiyono (2011:5)** Variabel Penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel-variabel dalam penelitian ini adalah, sebagai berikut :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Variabel bebas (*variabel independent*), menurut **Sugiyono (2011:61)** merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat). Dalam penelitian ini variabel bebasnya (*variabel independent*) adalah, sebagai berikut :

X1 = Variasi Produk

X2 = Promosi

2. Variabel terikat (*variabel dependent*), menurut **Sugiyono (2011:61)** merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (*variabel dependent*) adalah, sebagai berikut :

Y = Keputusan Pembelian

2.10 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang akan didefenisikan adalah semi variabel yang terkandung dalam hipotesis, yang bertujuan untuk memudahkan membuat kesimpulan. Adapun konsep operasional variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

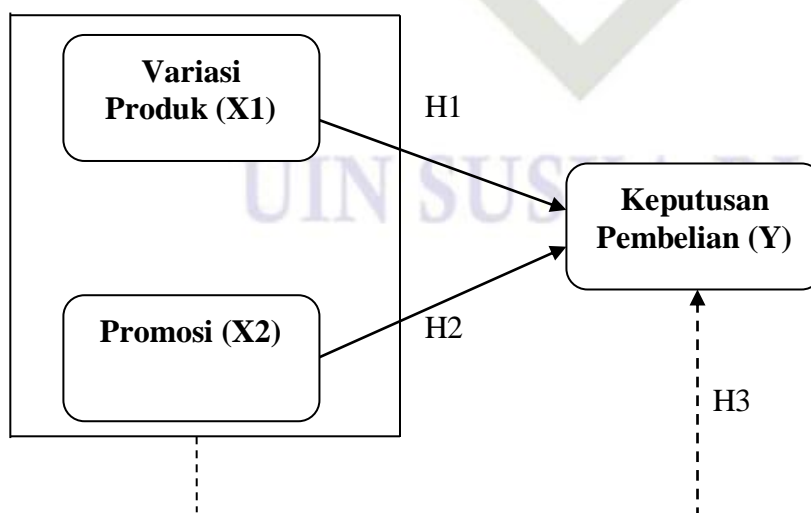
Tabel 2.2 Defenisi Konsep Operasional Variabel Penelitian

Variabel Penelitian	Defenisi	Indikator	Skala
Variasi Produk (X1)	Menurut Philip Kotler (2012:72) Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, atau	1. Corak 2. Kualitas Produk 3. Desain Muharam Irwan (2014:30)	Likert

	suatu ciri lain.		
Promosi (X2)	Menurut Rusmini (2013) promosi merupakan salah satu bentuk upaya yang dilakukan perusahaan dalam berinteraksi dengan pelanggan atau berkomunikasi dengan calon pelanggan.	1. Periklanan 2. Personal Selling 3. Direct Marketing 4. Word of Mouth Philip Kotler dan Keller (2012:78)	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	Menurut Sangadji dan Sopiah (2013) menjelaskan keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah proses pembelian dimana konsumen menentukan pilihannya dan terjadi suatu transaksi.	1. Pengenalan Masalah 2. Pencarian Informasi 3. Evaluasi 4. Keputusan Pembelian 5. Pasca Pembelian Sangadji dan Sopiah (2013)	Likert

2.11 Kerangka Pemikiran

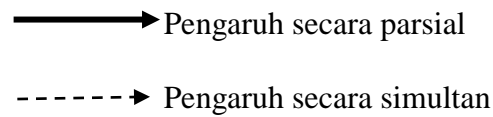
Kerangka pemikiran dimaksudkan untuk menggambarkan paradigma penelitian sebagai jawaban atas masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran tersebut terdapat dua variabel independen (Variasi Produk dan Promosi) yang menghubungkan variabel dependen (Keputusan Pembelian).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan :



Dapat dilihat diatas, dijelaskan bahwa Variasi Produk dan Promosi mempengaruhi Keputusan Pembelian secara parsial maupun simultan.

2.12 Hipotesis

Hipotesis merupakan hasil pemikiran rasional yang dilandasi oleh teori, dalil, hukum, dan sebagainya yang sudah ada sebelumnya. Hipotesis juga dapat berupa pernyataan yang menggambarkan atau memprediksi hubungan-hubungan tertentu di antara dua variabel atau lebih, yang kebenaran hubungan tersebut tunduk pada peluang untuk menyimpang dari kebenaran.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan pembelian

Variasi Produk adalah sebagai ahli tersendiri dalam suatu merek atau lini produk yang dapat dibedakan berdasarkan ukuran, harga, penampilan, atau ciri-ciri. Penelitian **Indra Nurrahman (2016)**, menjelaskan Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian

H1 Variabel Variasi Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Promosi adalah mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Penelitian **Dony Indra Permana (2017)** menjelaskan Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

H2 Variabel Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

3. Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam membeli suatu produk adalah proses pembelian dimana konsumen menentukan pilihannya dan terjadi suatu transaksi.

H3 Diduga Variasi Produk dan Promosi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT.Multi Guna Precast Mandiri bertempat di jalan Raya Pekanbaru Bangkinang, Km.19 Rimbo Panjang. Promosi ini dipilih karena data yang dibutuhkan pada penelitian ini yaitu Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Paving Block. Waktu penelitian bulan November 2019 sampai bulan April 2020.

3.2 Jenis dan Sumber Data

Terdapat dua jenis data yang dibedakan berdasarkan cara memperolehnya antara lain:

3.2.1 Data Primer

Data primer yang dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu atau data yang diperoleh dengan survei lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data original, (Mudrajat Kuncoro 2009:148). Dalam riset pemasaran, data primer diperoleh langsung dari sumbernya misalnya pendapat konsumen sehingga periset menjadi “tangan pertama” yang memperoleh data tersebut. Data primer memiliki kredibilitas relative tinggi, sebab periset mengontrol data yang akan digunakan dalam risetnya. Berdasarkan sifatnya, data primer bisa dikategorikan menjadi dua macam, yaitu data kualitatif dan kuantitatif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Data Kualitatif

Data yang berbentuk kata, kalimat, skema, dan gambar, seperti literatur serta teori-teori yang berkaitan dengan penelitian.

2. Data Kuantitatif

Data yang dapat diukur (measurable) atau dihitung dan dinyatakan dalam bentuk angka.

Jadi, jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dan disatukan oleh studi-studi sebelumnya yang diterbitkan oleh instansi lain.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner, yang kemudian langsung dikumpulkan dari tangan pertama atau sumber asli dan diolah dengan menggunakan metode tertentu.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dari berbagai keterangan yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Studi Lapangan (Field Research), pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan.
2. Interview, yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara peneliti dan anggota perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Kuesioner, adalah sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang fakta atau opini yang berkaitan dengan responden yang dianggap kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab responden.

3.4 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut **Sugiyono (2013)**, populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi penelitian ini adalah setiap orang atau konsumen yang pernah membeli dan sedang melakukan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.

2. Sampel

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi atau sebagian dari populasi yang terpilih sebagai sumber data, (**Mudrajad Kuncoro 2009:13**). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling*, dimana menurut **Sugiyono (2013)** *sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya setiap subjek yang diambil dari populasi dipilih dengan sengaja berdasarkan tujuan dan pertimbangan tertentu. Tujuan dan pertimbangan pengambilan subjek/sampel penelitian ini adalah sampel tersebut dapat memberikan informasi yang diinginkan atau dibutuhkan penulis mengenai variasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk, promosi Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang. Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti maka penelitian ini melakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus *Unknown Populations*.

Menurut **Riduwan (2004)** menjelaskan bahwa teknik pengambilan sampel apabila populasinya tidak diketahui secara pasti, digunakan teknik sampling kemudahan. Berdasarkan sampling kemudahan ini, peneliti menyeleksi dengan menyaring kuesioner yang ada, apabila orang-orang tersebut mengetahui dari apa yang dibutuhkan. Berdasarkan hal tersebut rumus yang digunakan untuk menentukan sampel jika populasinya tidak diketahui secara pasti adalah rumus *Unknown Populations*. **Riduwan (2004) :**

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

$Z_{\alpha/2}$ = Nilai standar luar normal standar bagaimana tingkat kepercayaan 95%

σ = Standar Deviasi

e = *Standart error* atau kesalahan yang dapat ditoleransi (5% = 0,05)

Perhitungan :

$$n = \left(\frac{Z_{\alpha/2} \sigma}{e} \right)^2$$

$$n = \left(\frac{(1,96) \cdot (0,25)}{0,05} \right)^2$$

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel tersebut peneliti yakin dengan tingkat kepercayaan 95% bahwa sampel random berukuran 96,04. Melihat hasil tersebut maka untuk memudahkan penghitungan data, peneliti membulatkan jumlah sampel menjadi 100 orang dengan memberikan selisih estimasi kurang dari 0,05.

3.5 Skala Pengukuran Data

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala likerts. Menurut **Sugiono (2013)** skala likerts digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Maka dalam penelitian ini hanya digunakan lima kategori diantaranya:

1. Sangat setuju (SS) dengan skor = 5
2. Setuju (S) dengan skor = 4
3. Cukup Setuju (CS) dengan skor = 3
4. Tidak setuju (TS) dengan skor = 2
5. Sangat tidak setuju (STS) dengan skor = 1

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden benar-benar cocok untuk digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian yang valid adalah bila terdapat kesamaan antara data yang dikumpulkan dengan data yang terjadi pada objek yang diteliti. Instrumen valid berarti alat ukur

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) valid berarti instrumen dapat digunakan untuk mengukur data yang seharusnya diukur.

Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah suatu kuesioner dapat dikatakan Valid jika nilai *Corrected item total correlation* $> 0,30$ (Siregar 2013:74).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas sebenarnya adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$. Ghozali (2013).

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Menurut Sulyanto (2011:69) berpendapat bahwa, uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah nilai residual yang telah distandarisasi pada model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi (Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data penelitian berdistribusi normal.
2. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (Sig.) lebih kecil dari 0,05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.7.2 Uji Multikolinieritas

Menurut **Ghozali (2013)**, uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Dimana variabel bebas (independen) disini yaitu variabel yang mempengaruhi variabel terikat (dependen) dalam sebuah penelitian. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas.

1. Jika nilai tolerance $> 0,01$ dan nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolinieritas.
2. Jika nilai tolerance $< 0,01$ dan nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan terdapat gejala multikolinieritas.

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. **Ghozali (2013)**. Untuk menganalisis terjadinya masalah heteroskedastisitas, dilakukan dengan menggunakan uji Glejser dengan kriteria berikut:

1. Jika nilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap nilai absolute dari nilai residual yang dikuadratkan $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi pengaruh variabel independen terhadap nilai absolute dari nilai residual yang dikuadratkan $< 0,05$ maka dapat

disimpulkan bahwa dalam model regresi terdapat masalah heteroskedastisitas.

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). **Suliyanto (2011)**. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena gangguan pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi gangguan pada individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Pada data *crossection* (silang waktu), masalah autokorelasi relatif jarang terjadi karena gangguan pada observasi yang berbeda berasal dari individu kelompok yang berbeda. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi.

Pendekatan yang sering digunakan untuk menguji ada tidaknya autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (dw). Dalam table dw terdapat nilai batas atas (Durbin Upper/ dU) dan nilai batas bawah (Durbin Lower/ dL).

Ketentuan atau dasar pengambilan keputusan untuk uji ini menurut **Suliyanto (2011)** adalah sebagai berikut :

1. Jika dw (Durbin Watson) $< dL$ (Durbin Lower) atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka berarti terdapat Autokorelasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika d_w terletak antara d_U dan $(4-d_U)$ atau $d_U < d_w < (4-d_U)$, maka berarti tidak ada masalah Autokorelasi.
3. Jika d_w terletak antara d_L dan d_U atau diantara $(4-d_U)$ dan $(4-d_L)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.8 Regresi Linear Berganda

Menurut **Sugiyono (2013)** analisis linear berganda adalah analisis yang dilakukan untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Dimana variabel X terdiri dari Variasi Produk dan Promosi, dan untuk Y adalah Keputusan pembelian. Untuk menguji dalam penelitian ini digunakan program *statistical package for the social science* (SPSS).

Adapun bentuk model yang akan datang diuji dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Keputusan pembelian

a : Konstanta

b_1b_2 : Koefisien persamaan regresi predictor Variabel Bebas

X_1 : Variasi Produk

X_2 : Promosi

e : Standar Error

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 ($\alpha=5\%$) **Ghozali (2013)**. Dasar pengambilan keputusan t tabel dengan nilai signifikansi sebesar 0,05 adalah sebagai berikut:

$$T \text{ tabel} = \alpha / 2 ; (n-k-1)$$

$$T \text{ tabel} = 0,05/2 ; (100-2-1) \\ = 0,025 ; 97$$

$$T \text{ tabel} = 1,984$$

Keterangan :

α = Signifikansi (0,05)

n = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel Bebas

1 = Konstan

Dengan kriteria pengambilan keputusan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima dan terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak dan tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

3.9.2 Uji Simultan (Uji F)

Menurut **Ghozali (2013)** Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

Berdasarkan uji regresi yang dilakukan, diperoleh nilai f hitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} F_{tabel} &= (k; n-k) \\ &= 2; 100-2 = 98 \end{aligned}$$

$$F_{tabel} = (2 ; 98) = 3,09$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

K = Jumlah Variabel independen (Bebas)

1. Jika nilai F hitung $> F_{tabel}$, maka hipotesis diterima. Dan variabel X berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.
2. Sebaliknya, jika nilai F hitung $< F_{tabel}$, maka hipotesis ditolak. Dan variabel X tidak berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y.

3.9.3 Koefisien korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Menurut **Suharyadi dan purwanto (2009:218)** Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara variabel dependen dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

variabel indenpenden. Semakin besar nilai koefisien korelasi, menunjukkan semakin eratnya hubungan antara variabel, dan sebaliknya.

Menurut **Ghozali (2013)** koefisien determinasi (R^2) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Untuk menentukan keeratan dari hubungan atau korelasi antar variabel, dapat di lihat pada ketentuan di bawah ini:

1. $0 < R \leq 0,10$, Korelasi sangat rendah/lemah sekali
2. $0,20 < R \leq 0,40$, Korelasi rendah/lemah tapi pasti
3. $0,40 < R \leq 0,70$, Korelasi yang cukup berarti
4. $0,70 < R \leq 0,90$, Korelasi yang tinggi, kuat
5. $0,90 < R \leq 1,00$, Korelasi sangat tinggi, kuat sekali, dapat diandalkan
6. $R = 1$, Korelasi Sempurna.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang

4.1.2 Sejarah Singkat PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang

PT. Multi Guna Precast Mandiri memiliki tujuan untuk ikut berpartisipasi mendukung pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development) merupakan sebuah perusahaan nasional dimana kegiatan utamanya adalah penyediaan jasa, penyediaan alat berat, industri precast, beton cetak, stone crusher, dan pemanfaatan limbah B3.

Didirikan pada tanggal 1 Juni 2010 di Jl. Raya Pekanbaru Banginang KM 19 Rimbo Panjang sebagai jawaban atas tingginya permintaan beton di wilayah Pekanbaru dan sekitarnya oleh Bapak Martias, S.E., M.M. dengan akte pendirian perusahaan No. 01 TH. 01 Juni 2010 oleh kuasa hukum Agusni S.H.

Komitmen PT. Multi Guna Precast Mandiri membudayakan konsep K3LL berdasarkan OHSAS 18001:2007 dan menerapkan Manajemen Mutu sebagai Prioritas kinerja (Performance), kehandalan (Reliability), kemudahan dalam penggunaan (Easy of Use), dan totalitas produk menuju customer satisfaction dilandasi ISO 9001:2015.

4.1.3 Visi dan Misi PT. Multi Guna Precast Mandiri

Visi : Menjadi perusahaan terkemuka dibidang penyedia jasa, penyediaan alat berat, transportasi, indrustri precast, beton cetak, *stone crusher*, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pemanfaatan limbah B3 yang memenuhi kepuasan pelanggan, *stakeholder*, dan karyawan melalui peningkatan sumber daya dan ilmu pengetahuan.

Misi :

1. Meningkatkan nilai dan daya saing perusahaan dengan menciptakan nilai dan produk-produk berkualitas.
2. Mengutamakan keberlanjutan, keselamatan kerja, kesehatan, dan kelestarian lingkungan.
3. Menjadikan SDM yang berintegratif tinggi.

4.1.4 Uraian Tugas Bagian/Unit Kerja PT. Multi Guna Precast Mandiri

1. Direktur Utama

Direktur adalah orang yang memimpin Perseroan Terbatas, adapun bagian tugas *Direktur Utama* yaitu :

- a. Menafsirkan semua peraturan standar dari pemerintah dan peraturan yang diminta oleh mitra usaha perusahaan.
- b. Melaksanakan kewajiban yang diatur oleh pemerintah pusat, lokal maupun mitra usaha perusahaan.
- c. Menetapkan dan mengubah kebijakan HES.
- d. Memastikan bahwa semua level manajemen mengetahui tanggung jawab masing-masing dalam pelaksanaan program keselamatan kerja dan lingkungan ditempat beroperasi.
- e. Memastikan semua level manajemen perusahaan dalam melaksanakan fungsi pekerjaannya berkenaan dengan pelaksanaan HES program dengan baik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Memastikan bahwa struktur manager pada divisinya mengetahui tanggung jawab mereka dalam pelaksanaan program keselamatan kerja ditempat mereka bekerja.
- g. Memastikan semua level manager pada divisinya dapat melaksanakan fungsi pekerjaan mereka dalam hubungannya dengan pelaksanaan HES program dengan baik.
- h. Melaksanakan kunjungan lapangan bersama management perusahaan.
- i. Memenuhi atau melebihi harapan mitra usaha perusahaan.

2. Project Manager

Project Manager adalah orang yang ditunjuk untuk menggerakkan organisasi proyek dan memimpinnya dalam mencapai objektif proyek serta mempunyai kuasa dan wewenang untuk mengeluarkan perintah kepada rekan kerja bawahannya. Adapun bagian tugas *Project Manager* yaitu :

- a. Memenuhi dan menjalankan kontrak kerja perusahaan dengan mitra usaha.
- b. Menyelaras program dan aktifitas operasi dengan program mitra usaha perusahaan.
- c. Penetapan target kerja dan pengembangannya yang telah ditetapkan dalam annual planning budget (APB)
- d. Mengatur SDM dalam organisasi yang dipimpinnya dengan seefisien mungkin

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e. Dari waktu ke waktu melakukan update program kerja guna pencapaian target kerja yang telah ditetapkan dalam APB
- f. Mengkoordinasikan sistem metode pelaksanaan proyek yang sesuai dengan spesifikasi data proyek dan keterlibatan setiap departemen yang terkait
- g. Membuat perencanaan budget tahunan dan melakukan control budget terhadap kegiatan operasional agar efektif dan efisien
- h. Mengkoordinir terlaksananya kegiatan administrasi secara akurat dan tepat waktu
- i. Merumuskan strategi operasi (kebijakan manajemen mengenai kegiatan operasional) dan mengkoordinasikan seluruh kegiatan operasi agar target kelancaran dan kuantitas pekerjaan yang dihasilkan dengan cara kerja tepat waktu (pelaksanaan dan pelaporan) serta efisiensi cost operasional yang telah ditentukan dapat tercapai pada masing-masing kegiatan proyek dan yang berkaitan dengan kegiatan operasi
- j. Menterjemahkan pengarahan-pengarahan dari manajemen untuk diteruskan ke semua fungsi yang ada di lingkungan operasional
- k. Melakukan koordinasi kerja antar departemen baik yang dipromosi proyek dan kantor pusat.

3. HES Officer

HES Officer adalah orang yang melakukan pengawasan *HES* di kantor/lapangan. Adapun bagian tugas *HES Officer* yaitu :

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Mengetahui tentang proses pekerjaan yang berlangsung ditempat mereka bertugas.
- b. Membuat program kerja yang selaras dengan mitra usaha perusahaan
- c. Mengetahui tentang kebijakan dan prosedur-prosedur HES ditempat mereka bertugas.
- d. Membantu pekerja dalam melaksanakan pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan HES.
- e. Mengikat hubungan dengan organisasi-organisasi perusahaan dan HES-Committee untuk memastikan pekerjaan dengan selamat dan keperluan konsultasi.
- f. Memastikan semua pekerja melaksanakan pekerjaan sesuai dengan aturan yang berlaku.
- g. Menindak tegas semua pelanggaran.
- h. Menindaklanjuti semua temuan yang tidak selamat.

4. Production Department

Production Department adalah orang yang bertanggung jawab atas semua produk selama proses produksi. Adapun bagian tugas *Production Department*, yaitu :

- a. Memonitor aktifitas kerja yang ada dalam pengawasannya dan mengawasi pemakaian peralatan serta suku cadang lainnya. Memastikan bahwa semua karyawan dilengkapi dengan alat pelindung diri dan dipakai dengan benar.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- b. Memberikan petunjuk dalam penyelesaian masalah yang timbul dalam operasi. Memastikan semua tugas disalurkan secara tepat sesuai dengan keahlian dan pengetahuan karyawannya.
- c. Menghadiri rapat setiap pagi guna mencari informasi tentang operasional kerja. Bersama karyawan, meninjau prosedur kerja aman yang relevan sesuai keinginan yang disampaikan.
- d. Membicarakan hasil rapat pagi kepada Project manager, terutama hal-hal yang perlu ditindak lanjuti dan melaporkan aktifitas rutin operational kerja
- e. Memonitor selama proses produksi agar kualitas, kuantitas dan waktunya sesuai dengan perencanaan yang sudah dibuat.
- f. Bekerjasama dengan HES di dalam memperbaiki prosedur-prosedur, perencanaan dan penggunaan peralatan dan alat-alat yang mendukung operasi fasilitas dan program-program keselamatan.
- g. Membuat perencanaan dan jadwal proses produksi.
- h. Bertanggung jawab mengatur manajemen alat agar fasilitas produksi berfungsi dengan baik dan beroperasi dengan lancar.
- i. Berinovasi dalam pengerjaan produksi dan memberikan masukan pada perusahaan yang berkaitan dengan bagian produksi.
- j. Memberikan training kepada karyawan untuk meningkatkan keterampilan dan keahlian kerja yang aman, sempurna serta menunjukkan cara pemeliharaan alat-alat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- k. Bekerjasama dengan koordinator unit kepada semua pelaksana kerja lapangan.
- l. Bekerjasama dengan maintenance tentang kondisi unit kerja dan spare part.
- m. Memelihara dan memastikan setiap unit berfungsi dengan sempurna.
- n. Berkonsultasi dengan project manager setiap perubahan unit.
- o. Memberikan laporan tertulis kepada atasan langsung tentang aktifitas kerja.

5. Quality Control

Quality Control adalah orang yang melakukan penetapan kualitas dan kuantitas produksi serta prosedur dilaboratorium. Adapun bagian tugas *Quality Control*, yaitu :

- a. Selalu mematuhi peraturan dalam melakukan aktifitas pekerjaan dan senantiasa bekerja dalam keadaan aman dan selamat.
- b. Bekerjasama dengan HES di dalam memperbaiki prosedur-prosedur, perencanaan dan penggunaan peralatan dan alat-alat yang mendukung operasi fasilitas dan program-program keselamatan.
- c. Bertanggung jawab untuk memperoleh kualitas produk perusahaan.
- d. Memverifikasi kualitas produk dengan bantuan parameter berat alat, tekstur, dan sifat fisik lainnya.
- e. Bekerjasama dengan head department of production tentang perkembangan semua produk yang diproduksi oleh perusahaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- f. Memeriksa, mengawasi serta memonitor setiap proses yang terlibat dalam produksi.
- g. Memberikan instruksi untuk mengulang kembali pekerjaan sesuai dengan kualitas perusahaan.
- h. Memberikan laporan tertulis kepada atasan langsung tentang aktifitas kerja.

6. Koordinator Unit

Koordinator Unit adalah orang yang bertanggung jawab dalam aktivitas di setiap unit kerja. Adapun bagian tugas *Koordinator Unit*, yaitu :

- a. Selalu mematuhi peraturan dalam melakukan aktifitas pekerjaan dan senantiasa bekerja dalam keadaan aman dan selamat sesuai dengan Program Keselamatan yang berlaku (safety meeting, SOP, JSA, BBS, SWA, HAZID, JMS, PTI, HES Training, ERP, Health & Environment Program).
- b. Mengambil suatu keputusan yang sifatnya emergency.
- c. Bekerjasama dengan HES di dalam memperbaiki prosedur-prosedur, perencanaan dan penggunaan peralatan dan alat-alat yang mendukung operasi fasilitas dan program-program keselamatan.
- d. Membuat schedule kegiatan pekerjaan.
- e. Memonitor progress pekerjaan yang dilakukan oleh tenaga ahli.
- f. Berkonsultasi dengan head department of production setiap perubahan operasional.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- g. Memberikan laporan tertulis kepada atasan langsung tentang aktifitas kerja.

7. Maintenance

Maintenance adalah orang yang di tugaskan sebagai pemeliharaan untuk mempertahankan system peralatan dan kondisi layak bekerja.

Adapun bagian tugas *Maintance*, yaitu :

- a. Selalu mematuhi peraturan dalam melakukan aktifitas pekerjaan dan senantiasa bekerja dalam keadaan aman dan selamat sesuai dengan Program Keselamatan yang berlaku (safety meeting, SOP, JSA, BBS, SWA, HAZID, HES Training, ERP, Health & Environment Program).
- b. Melaksanakan pekerjaan serta peralatan penunjang operasi lainnya sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan.
- c. Menerapkan dan meningkatkan pemeliharaan pencegahan.
- d. Meningkatkan kemampuan atau kecepatan perbaikan.
- e. Memberikan laporan tertulis kepada atasan langsung tentang aktifitas kerja.

8. Logistik

Logistik adalah orang yang mengatur, memindahkan, dan atau menyimpan barang dari customer sesuai dengan ketentuan dan prosedur yang telah ditetapkan perusahaan. Adapun bagian tugas *Logistic*, yaitu :

- a. Selalu mematuhi peraturan dalam melakukan aktifitas pekerjaan dan senantiasa bekerja dalam keadaan aman dan selamat sesuai

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan Program Keselamatan yang berlaku (safety meeting, SOP, JSA, BBS, SWA, HAZID, HES Training, ERP, Health & Environment Program).

- b. Melaksanakan pekerjaan serta peralatan penunjang operasi lainnya sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan.
- c. Mengelola ketersediaan dan distribusi peralatan atau perlengkapan kepada unit kerja untuk menunjang pelaksanaan tugas perusahaan.
- d. Inventarisasi ketersediaan peralatan yang diperlukan untuk menunjang kegiatan operasional dalam pencapaian unit kerja perusahaan kemudian melaporkan secara tertulis kepada atasan secara langsung.

9. Operator

Operator adalah yang memproses, mengelola dan melaksanakan pekerjaan dan mematuhi peraturan selama bekerja. Adapun bagian tugas *operator*, yaitu :

- a. Selalu mematuhi peraturan dalam melakukan aktifitas pekerjaan dan senantiasa bekerja dalam keadaan aman dan selamat sesuai dengan sesuai dengan Program Keselamatan yang berlaku (safety meeting, SOP, JSA, BBS, SWA, HAZID, JMS, PTI, HES Training, ERP, Health & Environment Program).
- b. Melaksanakan pekerjaan serta peralatan penunjang operasi lainnya sesuai dengan SOP yang telah ditetapkan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- c. Melaksanakan pengatasan masalah terhadap seluruh alat dan peralatan kerja (troubleshooting).
- d. Melakukan pemeriksaan terhadap tool, Equipment dan peralatan lainnya secara rutin.
- e. Melaporkan kepada atasan apabila terjadi kendala baik secara teoritis maupun pelaksanaan kerja dilapangan.
- f. Selalu berfikir positif dan meningkatkan pengetahuan kerja untuk kemajuan diri sendiri dan perusahaan.

4.1.5 Struktur Organisasi PT. Multi Guna Precast Mandiri d Rimbo Panjang

Dalam menjalankan perusahaan untuk mencapai tujuan yang diharapkan maka diperlukan struktur organisasi yang baik dan jelas, sehingga dapat diketahui tugas masing-masing dan kesimpangsiuran dalam dalam menjalani tugas dapat diatasi.

Adapun struktur organisasi pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang adalah sebagai berikut :

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

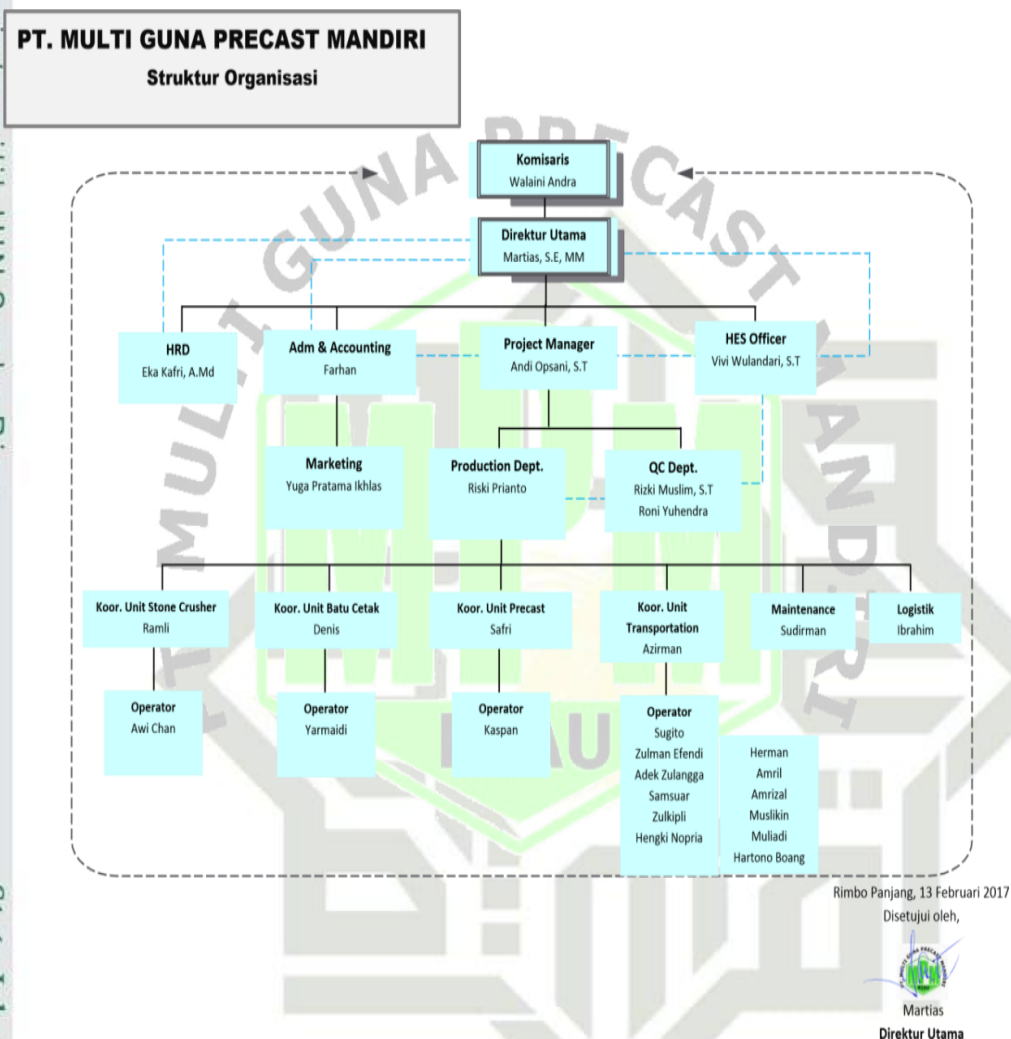
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 4.1



Sumber : Struktur Organisasi PT. Multi Guna Precast Mandiri

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Sebagai akhir penulisan, dalam bab ini disampaikan beberapa kesimpulan dan saran yang relevan bagi peneliti yang akan datang sesuai dengan hasil penelitian analisis data yang dilakukan, dari hasil penelitian ini dapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Mengacu pada hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Variasi Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.
2. Mengacu pada hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.
3. Dan mengacu pada hasil pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa Variasi Produk dan Promosi berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.2 Saran

Setelah melihat hasil penelitian ini, maka penulis memberikan saran yang harus dipertimbangkan untuk meningkatkan penjualan paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.

1. Bagi PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang

- a. PT. Multi Guna Precast Mandiri disarankan untuk lebih meningkatkan dan memperhatikan lagi dalam hal kebutuhan penggunaan produk, ketersediaan warna dan model/jenis paving block agar lebih menarik konsumen dan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang.
- b. PT. Multi Guna Precast Mandiri disarankan juga untuk meningkatkan promosi agar produk paving block yang ditawarkan dapat lebih diketahui masyarakat khususnya di Riau dan agar masyarakat dapat melakukan keputusan pembelian terhadap produk yang ditawarkan.

2. Bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dan sampel dalam penelitian ini konsumen yang pernah dan sedang membeli paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang berjumlah 100 responden dengan menggunakan rumus *Unknown populations*.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Surat An-Nisa' (4) ayat 36. *Al-Qur'an Perkata Transliterasi*. Cetakan ke 1: Cordoba International Indonesia
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2018. *Manajemen Pemasaran, edisi pertama cetakan ke tujuh*. Depok : Rajawali Pers
- Anggit Yoebrillianti. 2018. *Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Produk Fashion dengan Gaya Hidup sebagai Variabel Moderator (Survei Konsumen pada Jejaring Sosial)*. Jurnal Manajemen
- Aye Veronika Pelawi. 2018. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen pada Grosir Sembako UD.Pelawi (Studi pada UD. Pelawi Lau Baleng)*. Repository Institusi USU
- Dea Putri Njoto. 2018. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok*. Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis
- Denny Daud. 2013. *Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. BESS Finance Manado*. Jurnal EMBA
- Dony Indra Permana. 2017. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji di Jawa Timur*. Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivarrate Dengan IBM SPSS 21 Cetakan Kelima*. Badan Penerbit Universita Diponegoro. Semarang.
- Indra Nurrahman. 2016. *Pengaruh Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung)*. Journal of Business Management and Enterpreneurship Education Universitas Pendidikan Indonesia
- Intan Lina Katrin. 2016. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Javana Bistro Bandung*. Gastronomy Tourism Journal
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian. Jilid II, Edisi 9*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler Philips and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip –Prinsep Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta : Erlangga
- Muharam Irwan. 2014. *Pengaruh Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan*. UPI “YPTK”. Padang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Rusmini. 2013. *Strategi Promosi Sebagai Dasar Peningkatan Respons Konsumen*. Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora

Sangadji, E.M., Sopiah. 2013. *"Prilaku Konsumen" Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta; Penerbit Andi.

SR, Nurmansyah. 2018. *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Pekanbaru : Unilak Press

Sukarna. 2011. *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung : CV. Mandar Maju

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suliyanto. 2011. *Ekonometrika Terapan: Teori Dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta

Swastha, Basu. 2017. *Manajemen Penjualan, edisi ketiga, cetakan kesepuluh*. Yoyakarta : BPFE

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

**KUESIONER VARIASI PRODUK PAVING BLOCK
DAN PROMOSI PAVING BLOCK
PADA PT. MULTI GUNA PRECAST MANDIRI**

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : L/P

Pekerjaan :

- a. Pelajar/Mahasiswa
- b. Swasta/Wiraswasta
- c. PNS
- d. TNI/Polri
- e. Lainnya

Seberapa sering Anda melakukan pembelian Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri :

- a. Sekali (1 kali)
- b. Cukup Sering (2 - 4 kali)
- c. Sangat Sering (> 5 kali)

Petunjuk Pengisian

Berdasarkan ini saya Intan Aisyah Marlin selaku peneliti memohon kesediaan Saudara untuk mengisi daftar pernyataan atas penelitian mengenai Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian Paving

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang “. Oleh karena itu, kepada responden saya sebagai peneliti mengharapkan :

1. Saudara dapat menjawab setiap pernyataan dengan sejujur-jujurnya, dan perlu diketahui bahwa jawaban dari kuesioner tidak ada jawaban salah. Oleh karena itu, usahakanlah agar tidak ada jawaban yang dikosongkan.
2. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Kuesioner Variasi Produk Paving Block dan Promosi Paving Block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri disusun dengan menggunakan skala likert.

Keterangan pilihan jawaban :

1. Sangat Setuju (SS) = Skor 5
2. Setuju (S) = Skor 4
3. Cukup Setuju (CS) = Skor 3
4. Tidak Setuju (TS) = Skor 2
5. Sangat Tidak Setuju (STS) = Skor 1

Akhir kata, saya ucapkan terima kasih kepada responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

A. Kuesioner Penelitian

1. Variabel Variasi Produk (X1)

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	CS	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Pilihan warna paving block yang ditawarkan PT. Multi Guna Precast Mandiri beragam dan menarik minat Anda untuk membeli	49	40	11	0	0	438
		49%	40%	11%	0%	0%	100%
2	Kualitas paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri sangat baik	40	48	11	1	0	427
		40%	48%	11%	1%	0%	100%
3	Bahan-bahan/material paving block yang di jual PT. Multi Guna Precast Mandiri telah sesuai dengan standart SNI	50	40	9	1	0	439
		50%	40%	9%	1%	0%	100%
4	Tipe-tipe ukuran paving block yang di jual PT. Multi Guna Precast Mandiri beragam dan tersedia sesuai kebutuhan Anda	31	46	21	2	0	406
		31%	46%	21%	2%	0%	100%
5	Model/jenis paving block yang di jual PT. Multi Guna Precast Mandiri beragam bentuknya	43	48	8	1	0	433
		43%	48%	8%	1%	0%	100%
Jumlah		213	222	60	5	0	2.141
Persentase		42,6%	44,4%	12%	1%	0%	100%
Skor Maksimum (100x5x5)							2.500
Skor Minimum (100x5x1)							500
Rata-rata ($\frac{skor maks + skor min}{2}$)							1.500
% share Perolehan ($\frac{jumlah skor}{skor maks} \times 100 \%$)							85,64%
Kriteria Penilaian							Setuju

Variabel Promosi (X2)

No	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Produk paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri diinformasikan melalui media cetak (brosur) dan media elektronik (jaringan internet)	51	49	0	0	0	451
		51%	49%	0%	0%	0%	100%
2	Saya memutuskan untuk membeli paving block PT. Multi Guna Precast Mandiri karena paving block yang ditawarkan pada brosur menarik saya untuk membeli	26	48	24	2	0	398
		26%	48%	24%	2%	0%	100%
3	Promosi dilakukan secara langsung kepada konsumen sehingga konsumen benar-benar mengetahui produk paving block yang ditawarkan	23	48	26	3	0	391
		23%	48%	26%	3%	0%	100%
4	Paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri dapat dibeli melalui via telepon dan internet	44	50	6	0	0	438
		44%	50%	6%	0%	0%	100%
5	Saya memperoleh informasi tentang paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri dari kerabat saya yang pernah membeli produk ini	47	51	2	0	0	445
		47%	51%	2%	0%	0%	100%
Jumlah		191	246	58	5	0	2.123
Persentase		38,2%	49,2%	11,6%	1%	0%	100%
Skor Maksimum (100x5x5)							2.500
Skor Minimum (100x5x1)							500
Rata-rata ($\frac{\text{skor maks} + \text{skor min}}{2}$)							1.500
% share Perolehan ($\frac{\text{jumlah skor}}{\text{skor maks}} \times 100 \%$)							84,92%
Kriteria Penilaian							Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3 Variabel Keputusan pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban					Jumlah
		SS	S	CS	TS	STS	
1	Saya membeli paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri karena adanya kebutuhan dan keinginan	53	43	4	0	0	449
		53%	43%	4%	0%	0%	100%
2	Informasi yang diberikan mengenai produk yang ditawarkan sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk	12	50	35	3	0	371
		12%	50%	35%	3%	0%	100%
3	Setelah melihat-lihat produk yang dijual saya tertarik untuk membeli	55	45	0	0	0	455
		55%	45%	0%	0%	0%	100%
4	Saya memutuskan untuk membeli paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri berdasarkan pengalaman orang lain	46	51	3	0	0	443
		46%	51%	3%	0%	0%	100%
5	Setelah melihat konsumen lain memakai paving block pada PT. Multi Guna Precast Mandiri saya tertarik untuk membeli	58	42	0	0	0	458
		58%	42%	0%	0%	0%	100%
Jumlah		224	231	42	3	0	2.176
Persentase		44,8%	46,2%	8,4%	0,6%	0%	100%
Skor Maksimum (100x5x5)							2.500
Skor Minimum (100x5x1)							500
Rata-rata ($\frac{\text{skor maks} + \text{skor min}}{2}$)							1.500
% share Perolehan ($\frac{\text{jumlah skor}}{\text{skor maks}} \times 100 \%$)							87,04%
Kriteria Penilaian							Setuju

Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian

No	Variasi Produk					Total	Promosi					Total	Keputusan pembelian					Total
	Pernyataan						Pernyataan						Pernyataan					
	1	2	3	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	5	24
2	4	4	4	4	4	20	5	5	4	5	5	24	5	3	4	4	4	20
3	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20	4	3	4	3	3	17	4	3	4	4	5	20
5	5	4	4	5	5	23	4	3	3	4	3	17	4	4	5	4	5	22
6	4	3	3	4	4	18	5	5	5	4	4	23	3	3	4	4	4	18
7	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20
8	4	5	5	4	4	22	4	4	4	5	4	21	5	4	4	5	5	23
9	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	4	20	3	3	4	3	4	17
10	3	4	4	3	3	17	5	4	4	5	4	22	4	3	4	4	4	19
11	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25
12	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
13	3	3	3	3	4	16	5	5	4	5	4	23	3	3	4	4	4	18
14	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21
15	4	5	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23
16	3	5	5	3	3	19	4	4	4	5	4	21	4	3	4	4	4	19
17	4	5	5	4	4	22	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	5	23
19	5	5	5	5	5	25	5	3	3	4	4	19	5	4	5	5	5	24
20	3	4	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19
21	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	5	24	4	4	5	4	5	22
22	4	3	3	4	3	17	5	5	5	4	5	24	5	3	5	5	5	23
23	5	5	5	4	5	24	4	4	5	5	5	23	5	3	4	4	4	20
24	4	4	4	3	4	19	4	3	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20
25	3	3	3	2	4	15	4	2	2	4	4	16	4	2	4	3	4	17
26	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
27	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
28	4	4	4	5	5	22	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	5	23
29	3	3	4	4	4	18	4	4	4	3	4	19	4	3	4	4	4	19
30	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4	23
31	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25
32	4	5	5	4	5	23	4	4	3	4	4	19	4	4	5	5	5	23
33	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
34	4	5	5	3	4	21	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22
35	4	4	4	5	5	22	4	3	3	4	5	19	5	4	5	4	5	23
36	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19	5	3	4	4	4	20

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak No	Variasi Produk					Total	Promosi					Total	Keputusan pembelian					Total
	Pernyataan						Pernyataan						Pernyataan					
	1	2	3	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
37	5	4	4	5	5	23	5	3	3	4	4	19	4	4	5	4	5	22
38	3	4	4	3	3	17	4	3	4	4	5	20	4	3	4	4	4	19
39	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	5	24
40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
41	4	5	5	3	4	21	4	3	4	4	4	19	4	3	4	5	5	21
42	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23	5	3	4	5	4	21
43	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	5	23
44	4	4	5	4	4	21	4	3	4	4	5	20	4	4	5	4	4	21
45	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
46	4	5	5	4	4	22	5	3	3	5	5	21	4	3	4	4	5	20
47	4	3	4	2	2	15	4	3	2	3	4	16	4	2	4	4	4	18
48	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
49	3	3	4	4	4	18	4	3	3	3	4	17	4	3	5	4	5	21
50	3	4	4	3	4	18	5	5	3	5	5	23	5	4	5	4	4	22
51	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	4	3	5	4	4	20
53	5	5	4	5	5	24	4	3	4	4	5	20	5	3	5	4	4	21
54	4	3	3	3	4	17	5	4	3	4	5	21	4	4	5	4	5	22
55	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
56	5	4	4	4	5	22	4	3	3	4	4	18	5	4	5	5	5	24
57	5	5	4	5	5	24	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	4	21
58	3	4	4	3	4	18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
59	3	2	2	3	4	14	4	2	2	3	4	15	3	2	4	3	4	16
60	5	5	5	4	5	24	4	3	4	4	4	19	5	4	5	5	5	24
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
62	4	3	4	4	4	19	5	4	3	5	5	22	4	3	4	4	4	19
63	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
64	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24
65	5	4	5	5	5	24	4	3	3	5	4	19	5	3	5	5	4	22
66	4	4	4	4	5	21	5	3	3	5	5	21	4	3	5	5	5	22
67	5	4	5	4	5	23	4	3	3	4	4	18	5	3	5	5	5	23
68	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
69	5	5	5	4	4	23	5	4	4	4	5	22	5	4	4	4	5	22
70	5	5	5	5	4	24	4	3	3	4	4	18	5	3	5	5	5	23
71	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	4	3	5	4	5	21
72	5	4	4	4	5	22	5	5	3	4	4	21	5	4	5	5	5	24
73	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
74	5	4	4	5	5	23	4	4	3	5	4	20	5	3	5	5	4	22

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak No No	Variasi Produk					Total	Promosi					Total	Keputusan pembelian					Total
	Pernyataan						Pernyataan						Pernyataan					
	1	2	3	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
75	5	4	5	4	5	23	4	3	3	3	4	17	5	4	4	5	5	23
76	5	4	5	5	4	23	5	4	5	5	5	24	5	4	4	5	5	23
77	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
78	5	4	5	3	4	21	4	3	3	5	5	20	5	4	5	5	5	24
79	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	5	23	5	4	5	5	5	24
80	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
81	4	5	5	3	5	22	5	4	3	5	5	22	4	3	5	4	4	20
82	5	3	4	4	5	21	4	4	3	4	4	19	5	3	4	5	5	22
83	5	5	4	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
84	5	4	5	3	5	22	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24
85	5	5	5	4	3	22	5	4	4	5	4	22	4	3	5	5	5	22
86	4	5	4	5	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
87	5	4	3	4	5	21	4	3	4	4	4	19	5	3	5	4	5	22
88	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
89	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19
90	5	4	3	5	5	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
91	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
92	5	4	5	5	4	23	4	4	3	5	4	20	5	4	4	5	5	23
93	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
94	5	4	5	5	3	22	5	4	4	5	4	22	5	3	5	4	4	21
95	5	4	4	4	5	22	4	4	3	5	4	20	5	3	4	5	5	22
96	4	5	5	3	5	22	5	4	4	5	5	23	4	3	5	4	4	20
97	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	5	5	5	24
98	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
99	5	5	4	5	4	23	4	3	4	4	4	19	5	3	4	5	5	22
100	5	4	3	5	4	21	5	4	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	97	97,0	97,0	97,0
Perempuan	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	2	2,0	2,0	2,0
Swasta/Wiraswasta	68	68,0	68,0	68,0
PNS	22	22,0	22,0	22,0
TNI/Polri	5	5,0	5,0	5,0
Lainnya	3	3,0	3,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Frekuensi Pembelian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sekali (1 Kali)	7	7,0	7,0	7,0
Kadang-kadang (2 -4 Kali)	58	58,0	58,0	58,0
Sangat Sering (> 5 Kali)	35	35,0	35,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4 Distribusi Jawaban Responden

Variabel Variasi Produk (X1)

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
CS	11	11,0	11,0	11,0
S	40	40,0	40,0	51,0
SS	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
N	11	11,0	11,0	12,0
S	48	48,0	48,0	60,0
SS	40	40,0	40,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	9	9,0	9,0	10,0
S	40	40,0	40,0	50,0
SS	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
CS	21	21,0	21,0	23,0
S	46	46,0	46,0	69,0
SS	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
CS	8	8,0	8,0	9,0
S	48	48,0	48,0	57,0
SS	43	43,0	43,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Promosi (X2)

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
CS	0	0,0	0,0	0,0
S	49	49,0	49,0	49,0
SS	51	51,0	51,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
CS	24	24,0	24,0	26,0
S	48	48,0	48,0	74,0
SS	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
CS	26	26,0	26,0	29,0
S	48	48,0	48,0	77,0
SS	23	23,0	23,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
CS	6	6,0	6,0	6,0
S	50	50,0	50,0	56,0
SS	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
CS	2	2,0	2,0	2,0
S	51	51,0	51,0	53,0
SS	47	47,0	47,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel Keputusan pembelian (Y)

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
N	4	4,0	4,0	4,0
S	43	43,0	43,0	47,0
SS	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
N	35	35,0	35,0	38,0
S	50	50,0	50,0	88,0
SS	12	12,0	12,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
N	0	0,0	0,0	0,0
S	45	45,0	45,0	45,0
SS	55	55,0	55,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
N	3	3,0	3,0	3,0
S	51	51,0	51,0	54,0
SS	46	46,0	46,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	0	0,0	0,0	0,0
N	0	0,0	0,0	0,0
S	42	42,0	42,0	42,0
SS	58	58,0	58,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 Uji Validitas

Uji Validitas X1

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.407**	.379**	.582**	.464**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.407**	1	.701**	.288**	.198*	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.004	.048	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.379**	.701**	1	.218*	.134	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.029	.185	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.582**	.288**	.218*	1	.449**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.029		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.464**	.198*	.134	.449**	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.000	.048	.185	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas X2

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	.605**	.428**	.490**	.561**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.605**	1	.657**	.435**	.414**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.428**	.657**	1	.377**	.410**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

X2.4	Pearson Correlation	.490**	.435**	.377**	1	.529**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.561**	.414**	.410**	.529**	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

Uji Validitas Y

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	TOTALY1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.397**	.317**	.628**	.444**	.751**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.397**	1	.309**	.394**	.422**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.317**	.309**	1	.449**	.452**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.628**	.394**	.449**	1	.626**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.444**	.422**	.452**	.626**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

Variasi Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.755	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	17.05	4.008	.653	.664
X1.2	17.14	4.243	.545	.703
X1.3	17.02	4.404	.480	.726
X1.4	17.35	4.048	.523	.712
X1.5	17.08	4.640	.417	.746

Promosi (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16.72	4.406	.664	.776
X2.2	17.25	3.482	.697	.755
X2.3	17.32	3.634	.611	.788
X2.4	16.85	4.311	.558	.796
X2.5	16.78	4.436	.586	.791

Keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	17.27	2.967	.587	.742
Y1.2	18.05	2.795	.486	.791
Y1.3	17.21	3.339	.480	.775
Y1.4	17.33	2.850	.699	.706
Y1.5	17.18	3.099	.643	.730

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.54858801
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.066
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.107 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

2. Uji Multikolineritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.818	1.684		4.049	.000		
VARIASI PRODUK	.454	.066	.538	6.913	.000	.913	1.096
PROMOSI	.246	.067	.287	3.679	.000	.913	1.096

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

3. Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.476	.929		.513	.609
VARIASI PRODUK	-.040	.036	-.115	-1.106	.272
PROMOSI	.078	.037	.219	2.110	.337

a. Dependent Variable: Abs_RES

4. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.681 ^a	.463	.452	1.564	2.202

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, VARIASI PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 8 Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.818	1.684		4.049	.000
VARIASI PRODUK	.454	.066	.538	6.913	.000
PROMOSI	.246	.067	.287	3.679	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 9 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.818	1.684		4.049	.000
VARIASI PRODUK	.454	.066	.538	6.913	.000
PROMOSI	.246	.067	.287	3.679	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Lampiran 10 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	204.826	2	102.413	41.843	.000 ^b
Residual	237.414	97	2.448		
Total	442.240	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, VARIASI PRODUK

Lampiran 11 Koefisien Korelasi (Uji R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.463	.452	1.564

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, VARIASI PRODUK

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 12 Tabel t Statistik

Titik Persentase Distribusi t (df = 81–120)

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 13 Tabel F Statistik

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BIOGRAFI



Nama lengkap INTAN AISYAH MARLIN, lahir di Pekanbaru pada tanggal 28 November 1997. Merupakan anak dari Bapak Martias SE.,MM dan Ibu Linda Herlinda, dan merupakan anak pertama dari tiga bersaudara. Pendidikan formal yang telah dilalui penulis yakni: Telah menamatkan Sekolah Dasar di SD Babussalam Pekanbaru pada tahun 2010. Telah menamatkan Sekolah Menengah Pertama di SMPIT Al-Fityah Pekanbaru pada tahun 2013. Telah menamatkan Sekolah Menengah Atas di SMA As-Shofa Pekanbaru pada tahun 2016 dan telah menamatkan Kuliah S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tahun 2020.

Pada tanggal 07 Januari 2019 - 22 Februari 2019 penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang. Selanjutnya pada tanggal 08 Juli 2019 - 30 Agustus 2019 penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Koto Mesjid Kecamatan XIII Koto Kampar, Kabupaten Kampar Riau.

Penulis melaksanakan ujian *Oral Comprehensive* pada hari Selasa tanggal 14 Juli 2020 dengan judul skripsi “**Pengaruh Variasi Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Paving Block Pada PT. Multi Guna Precast Mandiri di Rimbo Panjang**” dan dinyatakan lulus dengan gelar Sarjana Ekonomi (SE).